

线下沉浸式娱乐或成文创看点

□□ 李佩森

近两年来，国内沉浸式娱乐市场发展迅速，融资逐渐增多，被诸多投资机构认为是文化产业的风口。线下沉浸式娱乐是指重体验、参与性强的线下娱乐形式，特点是调动观众全方位感官体验，与产品进行浸入式互动，观众本身也变成体验内容的一部分。

如果能将非遗为代表的文化符号加入这种线下沉浸式娱乐，在道具、情节设计、商业化延伸、衍生品等方面进一步拉长链条，对于打造具有中国特色的沉浸式线下娱乐精品，提升其文化附加值，都具有促进作用。若使经过创造性转化的非遗内容嵌入商业生活，成为生活不可分割的一部分，非遗在当代生活中的传承与发展便有望实现大的飞跃。线下沉浸式娱乐的风生水起，这一连接大众生活与文化的新通道为非遗走向商业化、生活化提供了一条捷径。

“线下娱乐和其他文化产品相比，更注重观众的真实体验，这种体验要素包括环境、情境、氛围等。体验式的文化产品，无论是原创、改编还是授权，都是一种圈子文化和消费形态，依靠拥有共同兴趣、价值观的社群，依靠满足其全方位、多角度、个性化的参与感、自我满足感，以及一定程度上虚拟化的自我成就感，转化为文化认同、深度体验及商业消费。

以北京万娱引力文化传媒有限公司（以下简称万娱引力）在各大市场上线的“触电”项目为例。它是以IP为原点，基于与粉丝的娱乐互动，



整合IP资源、演出资源、地产资源，构建完整的商业闭环。2016年3月，万娱引力推出的沉浸式互动娱乐项目“触电·鬼吹灯”在北京西单大悦城落地，活动平均每日订单量超过600人次，节假日甚至超过800人次；2017年，“触电”和北京朝阳大悦城合作，推出大型沉浸式娱乐项目“触电·仙剑奇侠传之初入江湖”，游客穿上道具服，化身江湖大侠，依次进入仙剑客栈、仙灵岛和水月宫这3个仙剑经典场景，在VR环境中观看李逍遥、赵灵儿等角色的表演，身临其境地体验真实的“江湖”。

对IP共有的价值认同是吸引粉丝的筹码，在很大程度上，IP具有自媒体、自传播和自带流量的属性。因此，研发团队对于IP的深刻理解、适当改编、线下运营、持续迭代等能力显得尤为重要。

例如，万娱引力的“触电·仙剑奇侠传之锁妖塔”项目将江南水乡的清幽与亭台楼阁的典雅融为一体，是一种以“电影+戏剧+游戏”等多种娱乐互动元素打造的驻场式“仙剑”题材实景沉浸项目。在运用现代科技方面，项目剧情呈现采用投影三维测图技术，在视听与互动体验上进一步放大沉浸的立体感与纵深感。在游戏场景设计上，该项目与整个外部旅游景区融为一体，包括江南的水乡自然环境等。可以让观众全身心体验熟悉故事情节，如“比武招亲”“京郊百花谷”“白苗客栈”等，感受江湖上逍遥纵横的快意。

该项目创始人表示，项目给观众制造一种幻境，然后通过观众一系列的反馈数据，针对产品和故事逻辑，再进行深度开发和快速迭代，并不断增强用户体验和用户黏性。虽然故事情节看似简单，却都经过精心打造，力图



沉浸式VR眼镜(左)线下沉浸式娱乐体验场景(右)

让观众进入到忘我之境。

目前，线下沉浸式娱乐主要集中在沉浸式话剧、沉浸式密室游戏以及“IP+线下实景娱乐”项目。如已经获得《仙剑奇侠传》游戏官方授权的奥秘之家在北京王府井投入建设了密室主题线下沉浸式娱乐产品，除了还原度极高的场景外，还有真人NPC(Non-Player Character，“非玩家控制角色”的缩写)参与声光电的应用。

奥秘之家是一个做线下真人实景游戏的连锁品牌，现在主要围绕线下沉浸式娱乐做内容和实景开发，目前有32家国内门店和9家海外门店。其最新热门密室主题包括忆仙缘、梦江湖、幽魂禅院、猫王国的挑战等。

从经营业绩来看，奥秘之家30个游戏主题已有300万游客来体验过。其后续还在做线上线下游戏开发。笔者认为，目前其主要优势在于线上、线

下一体化的流量优势，同时通过满足青年的社交娱乐需求，为新锐公司提供个性化定制服务，从而打开一个崭新的蓝海。

“整体而言，从内容设计上来看，我国线下沉浸式娱乐的用户体验确实比之前的传统娱乐有较大提升，在情节设计、玩家体验、关卡设计、道具购买、正版手办、IP周边衍生品以及餐饮方面都有了更多创新和亮点。但在玩家的文化熏陶、后娱乐体验、寓教于乐以及综合版权开发方面，还需要继续打磨、不断提升。

目前，随着我国文化产业内容打造的进一步下沉，与商业综合体、文创园区、风景旅游区进行深度融合的线

箱体装置“变”出舞台新体验

□□ 本报记者 唐弋

8月14日，大型历史舞台剧《情蕴大慧寺》在北京民族剧院首演。该剧是北京市海淀区文化委员会支持，海淀区北下关街道办事处和世纪嘉程文化传媒(北京)有限公司共同打造的献礼改革开放40年的文化项目。

一个历史题材的舞台剧何以首演上座率达到90%？其视听创新能否给观众带来耳目一新的感受？

剧目开场，一位90岁高龄的老者带着一名学生缓缓出现在舞台上，以历史亲历者的身份向观众讲述着自己少年、青年时期的人生经历，仿佛电影旁白一般，也仿佛老友叙旧。其身后

大慧寺的外观定格在LED屏幕上。以数字化背景展示代替传统舞美设计，这也是《情蕴大慧寺》的亮点之一——舞台与后区LED屏幕影像结合，营造出街头巷尾、烽火沙场的氛围。

据了解，该剧采用箱体装置的舞美造型方式，将环境塑造、表演空间、转场方式融于其中，根据场景的变换，箱体装置可以左右、前后移动，也可以180度旋转并拼接在一起。这种设计既可以省去大量繁杂布景的花销，也可以用于烘托剧情中出现的北京闹市、大学民主墙、战地医院等特定情境。

该剧总导演、舞美总设计徐杨告诉记者，舞台视觉的景物部分是6个

可移动的舞台箱体装置，似已存世几百年、历经沧桑的北京胡同墙面的缩影。“本剧力图通过景物造型、人物造型和原创音乐结合，创造出新颖的视听体验。原创音乐是我们的一大亮点。”徐杨说。

首演现场几乎座无虚席，很多家庭是祖孙三代一同观剧。演出过程中还能听到观众随着剧中歌曲轻声哼唱。“老北京街道的场景让我感觉真实、亲切。”一名年近七旬的观众告诉记者。

该剧在演出前4个月便开始了宣传工作，并分为3个阶段：演出前的预热宣传、演出中的大力造势、演出结束后通过文物保护话题及相关观众海选

活动内容持续发酵。

该剧编剧姜海燕告诉记者，在排练时，由于剧中演员逾百人，还有许多行军和战斗场面以及儿童团的大场面舞蹈，排练厅面积不够，因此，北下关街道办事处协调了200多平方米的五塔寺居民活动中心作为排练场地。此外，服装、道具、化妆等工作庞大且繁杂，为了保证排练和演出时不出错，承办方剧梦艺术团全力协助各主创部门完成任务。

据了解，此番首演之后，《情蕴大慧寺》将开启北京、江苏无锡和陕西西安三地的巡演，并将持续打造“情蕴”系列舞台剧。

大慧寺俗称大佛寺，1957年被当时的北京市人民政府宣布为第一批市级重点文物保护单位，其中，大慧寺的大悲殿将明代的三大艺术——建筑、彩塑和绘画熔为一炉，至今仍具有较强的艺术魅力和观赏价值。随着时代的变迁，大慧寺也不同程度的遭到损毁。抗日战争时期，日军更是将18米高的铜佛拆毁用来制作弹药。

此次《情蕴大慧寺》一方面选择了海淀区较有代表性的建筑作为故事核心，另一方面也想借此呼吁人们对于文物保护的重视。演出结束后，该剧依托新浪微博、天涯论坛、知乎论坛等媒体进行后续话题——“文物保护你做了吗”的传播。据记者了解，很多观众观演后，对大慧寺产生了浓厚的兴趣，希望有时间去大慧寺参观，但大慧寺目前尚未对社会开放。



箱体装置让观众欣赏“戏中戏”

北京国际书展力推版权输出

□□ 本报记者 李铮

据北京国际图书博览会组委会公布的统计数据显示，2017年，全国共输出版权13816项，对外版权输出实现了24.1%的高速增长。其中输出图书、音像制品、电子出版物等出版物版权12651项；版权输出总量较上年增加24.1%，其中出版物版权输出增长29%。

8月22日至26日，第二十五届北京国际图书博览会暨第十六届北京国际图书节(以下简称“北京国际书展”)将办，来自93个国家和地区的2500家展商，将现场展出30多万种全球最新出版的图书，同时将举办出版人交流、出版论坛等近千场丰富的出版文化活动，为推动中外出版界的交流和合作搭建重要平台。

在北京国际书展期间举办的第三届北京出版交流周上，主办方将邀请来自美国、英国、法国等10个国家的10位资深文学编辑、版权代理、书探、出版人，与中国出版业同行亲密接触，就如何销售版权给予面对面指导。

在国际出版界，尤其是欧美出版圈，尽管很多国际版权交易要通过电话、邮件、代理来完成，但真正的联系依然要靠面对面的人际关系来维持。建立这种人脉，能帮助中国编辑自如地构建业务关系，成为国际出版圈的一员，从而推动中国原创版权的输出。

据介绍，“模拟书展工作坊”这类出版交流活动在欧美普遍存在，其中，法兰克福书展举办的出版交流项目极负盛名。自1998年创立至今，法兰克福书展的出版交流项目累计参与者达300人左右。很多参与过此类交流活动的学员发现，它有利于开阔视野、提高工作热情、巩固和拓宽人际关系网络。

北京出版交流周的出版交流活动，一方面通过让国际嘉宾深入了解中国出版市场，向更多对中国出版业缺乏了解的人士传递信息；另一方面，也让中国编辑、出版人了解国际版权的操作方式，在版权贸易方面向国际标准靠拢。通过促成个体之间的深度交流，为国内外版权合作埋下“火种”，让北京成为国际出版交流活动的重要“根据地”。

此外，本届书展期间，还将举办“一带一路”国际合作出版高峰论坛、数字出版论坛、童书论坛、BIBF10+10圆桌会议等活动，推动中外版权交流，为扩大中文图书的传播路径搭建重要平台。

本届书展展览面积9.77万平方米，较去年增长5.3%。在展馆设置上，共设置综合馆、国际阅读体验馆、中外童书与数字融合发展馆、文创馆等8个场馆，比去年增加1个。此外，还有几大亮点值得关注。

由国家新闻出版总署主办的改革开放40年精品出版物展将在北京新国展西2馆亮相，通过近500种展品、多达800平方米的区域重点宣传改革开放40年的辉煌成就。

作为本届书展主办国的摩洛哥王国将在书展期间举办多场文化交流活动，参展观众可以深度了解现代摩洛哥文学和文化风情。

首次设立的北京国际童书展面积达两万平方米，将开创以内容为本，全授权、全产业链的新型专业展览，打造以中国童书为主导的全球儿童图书话语权平台。

除了图书本身，在本届北京国际图书节上还将集中展示近两年北京市奖励扶持的实体书店、特色书店的风貌，让人们感受到新闻阅读空间给书香北京建设带来的新变化。